

KESANTUNAN BERBAHASA DALAM SIARAN IKLAN RRI SAMARINDA: KAJIAN PRAGMATIK

Asraini^{1,*}, Ian Wahyuni², & Bayu Aji Nugroho³

Program Studi Sastra Indonesia Fakultas Ilmu Budaya

Universitas Mulawarman

Pos-el: asraini.aini@gmail.com

ABSTRAK

Salah satu aspek penting dalam berinteraksi dengan mitra tutur ialah penggunaan kesantunan berbahasa, khususnya dalam siaran iklan radio sebagai media elektronik yang digunakan dalam memperoleh informasi. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan bentuk prinsip kesantunan berbahasa dan jenis tindak tutur kesantunan berbahasa yang terdapat dalam siaran iklan RRI Samarinda ditinjau dari pragmatik. Penelitian ini merupakan jenis penelitian kepustakaan dengan pendekatan deskriptif kualitatif. Data pada penelitian ini berupa tuturan penyiar dalam siaran iklan RRI Samarinda. Adapun sumber data penelitian, yaitu siaran iklan RRI Samarinda. Waktu penelitian yang digunakan dari bulan Desember tahun 2020 sampai Juli tahun 2021. Teknik pengumpulan data menggunakan teknik simak, rekam, transkrip, dan catat. Teknik analisis data menggunakan analisis padan ekstralingual. Hasil penelitian menunjukkan bahwa bentuk prinsip kesantunan berbahasa dalam siaran iklan RRI Samarinda, terdiri dari pematuhan dan pelanggaran prinsip kesantunan. Bentuk pematuhan prinsip kesantunan yang ditemukan dominan dalam pematuhan maksim kebijaksanaan dan maksim permufakatan. Hal ini dikarenakan, siaran iklan RRI Samarinda berusaha untuk menginformasikan sesuatu kepada pendengar dan bermaksud agar pendengar menyetujui informasi yang disampaikan oleh penyiar. Sedangkan pelanggaran maksim yang ditemukan dominan dalam pelanggaran maksim penghargaan yang mengandung tuturan seperti mengkritik, menghina, dan merendahkan pihak lain. Kemudian, jenis tindak tutur kesantunan dalam siaran iklan RRI Samarinda, pada pematuhan maksim-maksim yang ditemukan ditandai dengan jenis tindak tutur representatif dengan maksud memberitahukan, menjelaskan, dan menyatakan. Sedangkan pelanggaran maksim yang ditemukan ditandai dengan jenis tindak tutur ekspresif dengan maksud mengkritik dan menghina.

Kata kunci: kesantunan berbahasa, pragmatik, siaran iklan RRI Samarinda

ABSTRACT

One of the important aspects in interacting with speech partners is the use of politeness in language, especially in radio advertising broadcasts as an electronic medium used to obtain information. This study aims to describe the principle form of language politeness and the types

of speech acts of language politeness contained in the RRI Samarinda advertisement broadcast in terms of pragmatics. This research is a type of library research with a qualitative descriptive approach. The data in this study is the announcer's speech in the advertisement broadcast of RRI Samarinda. The source of research data, namely broadcast advertising RRI Samarinda. The research time used was from December 2020 to July 2021. Data collection techniques used listening, recording, transcription, and note-taking techniques. The data analysis technique used extralingual equivalent analysis. The results showed that the form of the principle of politeness in the advertising broadcast of RRI Samarinda consisted of obedience and violation of the principle of politeness. The form of obedience to the politeness principle was found to be dominant in the observance of the maxim of wisdom and the maxim of consensus. This is because, broadcast advertising RRI Samarinda trying to inform something to listeners and intends for listeners to agree with the information conveyed by the broadcaster. Meanwhile, the violation of maxim found dominant in the violation of the maxim of appreciation which contains speech such as criticizing, insulting, and demeaning other parties. Then, the types of politeness speech acts in the advertising broadcast of RRI Samarinda, the compliance with the maxims found is marked by the types of representative speech acts with the intention of informing, explaining, and stating. Meanwhile, the violation of maxims found is characterized by the type of expressive speech act with the intention of criticizing and insulting.

Keywords: *language politeness, pragmatics, RRI Samarinda advertisement broadcast*

A. PENDAHULUAN

Bahasa memiliki peranan penting dalam kehidupan manusia. Salah satu peran bahasa bagi manusia adalah sebagai alat berkomunikasi. Penggunaan bahasa untuk berkomunikasi tidak terikat oleh bentuk-bentuk bahasanya, namun lebih ke arah fungsi komunikatif. Fungsi komunikatif yang dimaksud, yakni sampainya informasi yang sama diterima oleh lawan bicara. Pemerolehan informasi dapat bersumber dari berbagai media. Adapun media yang dimaksud, yaitu melalui media cetak dan media elektronik. Melalui media cetak seperti tabloid, surat kabar, dan majalah. Sedangkan media elektronik, seperti televisi dan radio.

Pemerolehan informasi pun dapat diperoleh di mana saja dan kapan saja dengan berkembangnya teknologi sejalan dengan beralihnya masyarakat dalam memperoleh informasi. Namun, kini pemerolehan informasi selain melalui media cetak dapat juga diakses melalui media elektronik yang lebih mudah dan efisien. Hal ini juga menjadi sebuah ancaman bagi media penyiaran yang memiliki fungsi sebagai media informasi dan hiburan dengan perkembangan teknologi yang cukup pesat. Media penyiaran harus cukup pintar mengemas informasi pemberitaan agar tetap menjadi pilihan pendengar.

Iklan sebagai sarana komunikasi massa di mana bertujuan memengaruhi pendengar. Maka tuturan yang disampaikan biasanya secara sengaja diutarakan agar memberikan daya pengaruh terhadap pendengar. Daya pengaruh atau efek tuturan tersebut merupakan salah satu item dalam menilai penggunaan kesantunan. Selain itu, iklan dibuat semenarik mungkin sehingga setiap orang penasaran dan tertarik untuk tetap mendengarkan. Selain itu, penyampaian pesan melalui

iklan sebagai wujud komunikasi akan lebih mudah dipahami, diterima, dan dilakukan jika menggunakan bahasa yang santun.

Iklan merupakan salah satu dari fenomena kebahasaan yang sering dijumpai dalam kehidupan sehari-hari. Hal ini dikarenakan penggunaan dan pemilihan bahasa dalam iklan biasanya unik dan menarik perhatian. Terutama iklan yang menggunakan audio verbal dalam penyampaiannya seperti radio siaran. Maka dari itu penggunaan dan pemilihan kata sangat penting agar maksud yang ingin disampaikan sampai ke pendengar. Tuturan yang disampaikan di radio harus dibuat menarik, komunikatif, dan efektif hal ini untuk menarik minat pendengarnya. Selain menarik perhatian penyampaian siaran di radio wajib memperhatikan kode etik penyiaran.

Siaran iklan RRI Samarinda ini dipilih karena terdapat pematuhan dan pelanggaran prinsip kesantunan dalam tuturan siaran iklan RRI. Salah satu contoh pematuhan maksim penghargaan yang ditemukan dalam siaran iklan RRI Samarinda ditandai pada data nomor 07 sebagai berikut: *“Wah, hebat juga yah kamu dah kayak ensiklopedia aja.”* [Tuturan yang dituturkan oleh seorang wanita A kepada temannya (wanita B) setibanya di Ibu kota Jakarta]. Bentuk pematuhan maksim penghargaan ditandai dalam penutur yang berusaha memaksimalkan pujian pada mitra tutur dan meminimalkan cacian pada orang lain. Tuturan tersebut merupakan bentuk ujaran ekspresif yang bermaksud memuji ditandai dengan tuturan wanita A dengan menyebut wanita B seperti ensiklopedia hal ini berarti seakan-akan wanita B tahu segala hal, layaknya ensiklopedia, yaitu uraian berbagai hal tentang ilmu pengetahuan. Hal ini sesuai dengan apa yang dikemukakan oleh Leech 1983 (dalam Rahardi, 2005: 59) bahwa maksim penghargaan adalah maksim yang meminimalkan cacian pada orang lain dan memaksimalkan pujian pada orang lain. Fenomena tersebut menjadi salah satu alasan pemilihan objek karena seyogianya fungsi siaran iklan RRI untuk menginformasikan sesuatu kepada pendengar dan disampaikan dengan santun. Berikut penggalan siaran iklan RRI Samarinda yang berisi tuturan mematuhi prinsip kesantunan adalah sebagai berikut.

Berdasarkan uraian dalam latar belakang ini, maka penting untuk mengkaji lebih mendalam siaran iklan RRI Samarinda dilihat dari aspek kesantunan berbahasa. Oleh karena itu, pemilihan judul untuk penelitian ini, yakni “Kesantunan Berbahasa dalam siaran iklan RRI Samarinda: Kajian Pragmatik”. Maka, dapat dirumuskan masalah sebagai berikut: (1) Bagaimana bentuk prinsip kesantunan berbahasa yang ada dalam siaran iklan RRI Samarinda; (2) Bagaimana jenis tindak tutur kesantunan berbahasa yang terdapat dalam siaran iklan RRI Samarinda. Oleh sebab itu, tujuan dari penelitian ini untuk: (1) Mendeskripsikan bentuk kesantunan berbahasa dalam siaran iklan RRI Samarinda; (2) Mendeskripsikan jenis tindak tutur kesantunan berbahasa yang terdapat dalam siaran iklan RRI Samarinda.

B. LANDASAN TEORI

1. Pragmatik

Secara umum dapat didefinisikan pragmatik merupakan salah satu cabang ilmu bahasa yang boleh dikatakan berbeda dengan ilmu bahasa strukturalis. Pragmatik merupakan ilmu bahasa yang mempelajari relasi antara tanda, makna, dan konteks. Levinson (dalam Wijana, 1996)

mencoba menggambarkan mengenai hakikat dari ilmu pragmatik. Levinson berpendapat bahwa pragmatik merupakan studi terhadap semua hubungan antara bahasa dan konteks yang digramatikkalisasikan atau ditandai di dalam struktur bahasa (Yusri, 2016: 1-2).

Wijana (1996: 1) dalam bukunya *Dasar-dasar Pragmatik* berpendapat bahwa pragmatik adalah cabang ilmu bahasa yang mempelajari struktur bahasa secara eksternal, yakni bagaimana kesatuan kebahasaan digunakan dalam komunikasi.

2. Kesantunan Berbahasa

Menurut Rahardi (2005: 35) penelitian kesantunan mengkaji penggunaan bahasa (*language use*) dalam suatu masyarakat bahasa tertentu. Masyarakat tutur yang dimaksud adalah masyarakat dengan aneka latar belakang situasi sosial dan budaya yang mewadahnya.

a. Maksim Kebijaksanaan (*Taxt Maxim*)

Gagasan dasar maksim kebijaksanaan dalam prinsip kesantunan adalah para peserta tutur untuk berpegang pada prinsip mengurangi keuntungan dirinya sendiri dan memaksimalkan keuntungan pihak lain dalam kegiatan bertutur.

b. Maksim Kedermawanan (*Generosity Maxim*)

Maksim kedermawanan atau maksim kemurahan hati, para pertuturan dapat menghormati orang lain. Penghormatan terhadap orang lain akan terjadi apabila orang dapat mengurangi keuntungan bagi dirinya sendiri dan memaksimalkan keuntungan bagi pihak lain.

c. Maksim Penghargaan (*Approbation Maxim*)

Di dalam maksim penghargaan dijelaskan bahwa orang akan dapat dianggap santun apabila dalam bertutur selalu berusaha memberikan penghargaan kepada pihak lain. Dengan maksim ini, diharapkan agar para peserta pertuturan tidak saling mengejek, saling mencaci, atau saling merendahkan pihak yang lain.

d. Maksim Kesederhanaan (*Modesty Maxim*)

Di dalam maksim kesederhanaan atau maksim kerendahan hati, peserta tutur diharapkan dapat bersikap rendah hati dengan cara mengurangi pujian terhadap dirinya sendiri.

e. Maksim Permufakatan (*Agreement Maxim*)

Di dalam maksim ini, ditekankan agar para peserta tutur dapat saling membina kecocokan atau kemufakatan di dalam kegiatan bertutur. Apabila terdapat kemufakatan atau kecocokan antara diri penutur dan mitra tutur dalam kegiatan bertutur, masing-masing dari mereka akan dapat dikatakan bersikap santun.

f. Maksim Kesimpatian (*Sympath Maxim*)

Di dalam maksim kesimpatian, diharapkan para peserta tutur dapat memaksimalkan sikap simpati antara pihak satu dengan pihak lainnya. Sikap antipati terhadap salah seorang peserta tutur akan dianggap sebagai tindakan tidak santun.

3. Tindak Tutur Ilokusi

Pembagian tindak tutur menurut Putrayasa (2014: 90-92) berdasarkan maksud penutur ketika berbicara (ilokusi) dibagi dalam lima jenis. Pembagian ini didasarkan atas asumsi “Berbicara menggunakan suatu bahasa adalah mewujudkan perilaku dalam aturan yang tertentu”. Kelima tindak tutur tersebut adalah sebagai berikut:

a. Tindak Tutur Representatif

Tindak tutur representatif, yaitu tindak tutur yang berfungsi untuk menetapkan atau menjelaskan sesuatu apa adanya. Tindak tutur ini, seperti menyatakan, melaporkan, memberitahukan, menjelaskan, mempertahankan, menolak dan lain-lain.

b. Tindak Tutur Komisif

Tindak tutur komisif, yaitu tindak tutur yang berfungsi untuk mendorong pembicaraan melakukan sesuatu, seperti berjanji, bernazar, bersumpah, dan ancaman.

c. Tindak Tutur Direktif

Tindak tutur direktif, yaitu tindak tutur yang berfungsi untuk mendorong pendengar melakukan sesuatu, misalnya menyuruh, perintah, meminta.

d. Tindak Tutur Ekspresif

Tindak tutur ekspresif, tindak tutur ini berfungsi untuk mengekspresikan perasaan dan sikap. Tindak tutur ini berupa tindak meminta maaf, berterima kasih, menyampaikan ucapan selamat, memuji, mengkritik.

e. Tindak Tutur Deklaratif

Tindak tutur deklaratif, yaitu tindak tutur yang berfungsi untuk memantapkan sesuatu yang dinyatakan, antara lain dengan setuju, tidak setuju, benar-benar salah, dan sebagainya.

4. Konteks

Konteks adalah ruang dan waktu yang meliputi lingkungan fisik dan sosial tertentu dalam memahami suatu teks. Dalam hal ini tidak hanya teks lisan dan teks tulis, melainkan keseluruhan lingkungan teks itu. Selain itu, konteks juga dianggap sebagai penyebab terjadinya suatu pembicaraan atau interaksi komunikasi.

5. Aspek Tutur

Dengan mendasarkan pada gagasan Leech (1983) Wijana (1996: 10-13) dalam bukunya menyatakan aspek-aspek yang harus dipertimbangkan dalam rangka studi pragmatik adalah sebagai berikut.

- a. Penutur dan lawan tutur
- b. Konteks tuturan
- c. Tujuan tuturan

- d. Tuturan sebagai bentuk tindakan atau aktivitas
- e. Tuturan sebagai produk tindak verbal

6. Iklan

Iklan sebagai sarana komunikasi massa, memiliki sasaran, yaitu pembaca, pendengar, dan pemirsa secara massa. Dalam komunikasi ada beberapa faktor yang memengaruhi, di antaranya pesan yang disampaikan, penutur sebagai yang memberi pesan, penyimak atau pihak yang menerima pesan dan media yang akan digunakan dalam menyampaikan pesan.

a. Iklan di Radio

Radio merupakan siaran (pengiriman) suara/bunyi melalui udara (Moeliono dalam Triartanto, 2010: 30). Radio siaran dapat didengar di mana saja dan kapan saja, tanpa harus mengganggu aktivitas seseorang.

b. Jenis-jenis Iklan Radio

Triartanto (2010: 173) dalam bukunya menjelaskan jenis-jenis iklan yang ada di radio meliputi ad lib, spot, dan sponsor program. Sedangkan Romli (2017: 99-101) dalam bukunya membedakan jenis-jenis iklan yang ada di radio meliputi spot, ad libs, sponsor program, blocking time, time signal, business expose, program expose, public service ad (PSA)/iklan layanan masyarakat

7. Radio Republik Indonesia

Radio Republik Indonesia (RRI) adalah lembaga penyiaran publik yang diatur dalam UU 32/2002 tentang Penyiaran dengan slogan “*Sekali di Udara, Tetap di Udara*”. Radio Republik Indonesia, secara resmi didirikan pada tanggal 11 September 1945. Statusnya radio pemerintah.

- a. Program Daerah (Pro 1) sebagai siaran *Pusat Pemberdayaan Masyarakat* yang melayani segmen masyarakat umum yang luas sampai pedesaan. Pro 1 memiliki beberapa program unggulan, diantaranya adalah Halo Kaltim, Cakrawala, dan Religi Pagi.
- b. Program Daerah (Pro 2) sebagai siaran *Pusat Kreativitas Anak Muda* yang melayani masyarakat terutama generasi muda di perkotaan. Pro 2 merupakan program khusus yang diperuntukkan untuk anak muda. Pro 2 sendiri memiliki beberapa program unggulan, diantaranya adalah Belajar di Pro 2, Your Break Season, Numpang Numpang dan Tonight Corner.
- c. Program Daerah (Pro 3) merupakan siaran dari Jakarta: *Jaringan Berita Nasional* yang menyajikan berita dan informasi selama 24 jam yang dipancarluaskan stasiun RRI daerah kepada masyarakat di seluruh Indonesia.
- d. Khusus di 10 kota besar di Indonesia, terdapat Program IV atau Pro 4 siaran *Pusat Kebudayaan Indonesia*. Khusus di Jakarta ada stasiun Siaran Luar Negeri.

C. METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian kepustakaan dengan menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif untuk mendeskripsikan bentuk prinsip kesantunan berbahasa dan jenis tindak tutur kesantunan berbahasa siaran iklan RRI Samarinda. Data yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu tuturan penyiar dalam siaran iklan yang berupa kata, frasa, klausa maupun kalimat yang mengandung kesantunan berbahasa. Sedangkan sumber data pada penelitian ini berasal dari siaran iklan RRI yang diperoleh melalui siaran RRI Pro 1 dan RRI Pro 2 melalui aplikasi Radio FM di *handphone* yang di akses di kota Samarinda Kalimantan Timur. Data diperoleh dengan teknik pengumpulan data, yaitu teknik simak, rekam, transkrip dan catat. Teknik analisis data menggunakan analisis padan ekstralingual

D. HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Data

1. Bentuk Prinsip Kesantunan Berbahasa dalam siaran iklan RRI Samarinda Pematuhan Maksim Kesantunan

a. Maksim Kebijaksanaan

Pada maksim ini peserta tutur dituntut untuk meminimalkan kerugian orang lain dan memaksimalkan keuntungan orang lain. Hal ini dilakukan untuk mengurangi sikap kurang sopan dalam bertutur. Tuturan di bawah ini termasuk juga ke dalam penggunaan maksim kebijaksanaan.

Data (12)

Adik : “Kak, ambil kunci motor dong!”

Kakak : “Loh, loh mau kemana?”

Adik : “Nih, mau buang sampah, udah penuh gini.”

Kakak : “Yahh, gak boleh kali dek, inikan udah siang.”

Adik : “Loh, emangnya kenapa? Orang cuman buang sampah gini kok.”

Kakak : “**Nah, adek pasti belum tau yah. Buang sampah gitu ada aturannya kali. Jadi waktu untuk buang sampah itu cuma dari jam 6 sore sampai jam 6 pagi. Selain dari itu yah gak boleh.**”

Sumber Iklan : RRI Pro 2 Samarinda

(1012020221)

Konteks:

Percakapan kakak beradik. Adik yang hendak membuang sampah pada siang hari dan kakak yang memberikan informasi mengenai waktu untuk membuang sampah. Percakapan pada iklan tersebut berusaha menginformasikan kepada masyarakat mengenai waktu diperbolehkannya membuang sampah pada TPS yang disediakan. Jika tidak sesuai jam maka akan dikenakan denda.

Tuturan **Nah, adek pasti belum tau yah. Buang sampah gitu ada aturannya kali. Jadi waktu untuk buang sampah itu cuma dari jam 6 sore sampai jam 6 pagi. Selain dari itu**

yah ngak boleh yang dituturkan oleh pihak kakak pada percakapan di atas merupakan bentuk pematuhan maksim kebijaksanaan. Bentuk pematuhan maksim kebijaksanaan yang dilakukan oleh kakak kepada adik terlihat pada kakak yang memberitahukan adiknya tentang peraturan waktu buang sampah. Bentuk pematuhan maksim kebijaksanaan tersebut terjadi dikarenakan saat adik bersiap keluar rumah dengan menanyakan kunci motor pada kakaknya. Kemudian, kakak bertanya ia akan pergi ke mana dan adik menjawab bahwa ia hendak pergi membuang sampah. Mendengar hal tersebut kakak menghentungkan adiknya dan memberitahukan bahwa tidak boleh membuang sampah saat siang hari. Selain itu, kakak juga menjelaskan bahwa dilarang membuang sampah saat siang hari, dikarenakan adanya peraturan yang mengatur membuang sampah hanya boleh pada pukul 6 sore hingga 6 pagi. Informasi yang disampaikan kakak sangat menguntungkan adiknya dikarenakan jika membuang sampah tidak sesuai dengan waktu yang telah ditetapkan, maka sang adik bisa saja terkena denda. Hal ini menunjukkan bahwa kakak mematuhi maksim kebijaksanaan, yaitu maksim yang memaksimalkan keuntungan orang lain dan meminimalkan kerugian orang lain.

b. Maksim Kedermawanan

Pada maksim ini peserta tutur diwajibkan untuk meminimalkan keuntungan diri sendiri dan memaksimalkan pengorbanan diri sendiri. Untuk memperjelas penggunaan maksim kedermawanan terdapat dalam tuturan data (19) sebagai berikut ini.

Data (19)

Adik : “Ayok kak, bantuin adik kumpulin sampahnya! Kata bu guru, sampah itu juga ada di laut banyak banget kak, kan kesian nemo sama dori dan yang lainnya.”

Kakak : **“Iya, sini sampahnya kakak yang bawa dek! Kita buang ke tempat sampah yah.”**

Sumber Iklan : RRI Pro 1 Samarinda

(1619170221)

Konteks:

Percakapan antara adik dan kakak yang sedang berada di pantai yang sedang memunguti sampah yang tersebar di pinggir pantai. Percakapan tersebut berusaha menginformasikan kepada masyarakat untuk tidak mencermari laut dengan tidak membuang sampah di sekitar laut.

Tuturan **Iya, sini sampahnya kakak yang bawa dek! Kita buang ke tempat sampah yah** yang dituturkan oleh pihak kakak pada percakapan di atas merupakan bentuk pematuhan maksim kedermawanan. Bentuk pematuhan maksim kedermawanan yang dilakukan oleh kakak kepada adik terlihat pada kakak yang menawarkan bantuan untuk membawa sampah yang dibawa adiknya. Tuturan pihak kakak menunjukkan pemaksimalan pengorbanan pada dirinya dan meminimalkan keuntungan dirinya. Hal ini menunjukkan bahwa kakak mematuhi maksim kedermawanan, yaitu maksim yang meminimalkan keuntungan diri sendiri dan memaksimalkan pengorbanan diri sendiri.

c. Maksim Penghargaan

Pada maksim ini peserta tutur dituntut untuk meminimalkan cacian pada orang lain dan memaksimalkan pujian pada orang lain. Untuk memperjelas penggunaan maksim penghargaan terdapat dalam data tuturan (07) sebagai berikut ini.

Data (06)

Wanita A : “Akhirnya sampe juga di Jakarta, keren yah Ibukota negara kita metropolis abis.”

Wanita B : “Ehmm, *by the way* kamu tau gak kalau ibukota kita itu sempat pindah 3 kali dalam 4 tahun.”

Wanita A : “Hah, kemana aja?”

Wanita B : “Jadi gini nih, cuman Indonesia loh negara di dunia yang berpindah-pindah ibukota dalam kurung waktu yang singkat sebanyak 3 kali. Setelah Jakarta jadi, ibu kota kita itu udah pernah pindah ke Jogja terus ke Bukittinggi sebelum akhirnya kembali lagi ke Jakarta.”

Wanita A : “**Wah, hebat juga yah kamu dah kayak ensiklopedia aja!**”

Sumber Iklan : RRI Pro 1 Samarinda

(0506150121)

Konteks:

Percakapan antara wanita A dan wanita B yang baru saja tiba di ibukota Jakarta. Percakapan pada iklan tersebut bertujuan menginformasikan kepada pendengar mengenai perpindahan ibukota Indonesia yang telah berpindah berkali-kali. Hal ini juga mengingat perpindahan ibukota Indonesia yang akan berpindah ke Kalimantan.

Tuturan **Wah, hebat juga yah kamu dah kayak ensiklopedia aja!** Yang dituturkan oleh wanita A merupakan bentuk pematuhan maksim penghargaan. Bentuk pematuhan maksim penghargaan yang dilakukan oleh wanita A kepada wanita B terlihat pada wanita A yang menuturkan pujian/penghargaan kepada wanita B. Bentuk pematuhan maksim penghargaan tersebut terjadi dikarenakan saat keduanya tiba di Ibu kota Jakarta wanita B memberitahukan informasi tentang ibu kota Indonesia yang berpindah-pindah. Sehingga, wanita A menuturkan **Wah, hebat juga yah kamu dah kayak ensiklopedia aja!** Yang bermaksud memuji wanita B dengan menyebut wanita B seperti ensiklopedia hal ini berarti seakan-akan wanita B tahu segala hal, layaknya ensiklopedia, yaitu uraian berbagai hal tentang ilmu pengetahuan. Tuturan wanita B ditanggapi dengan sangat baik oleh wanita A karena disertai dengan pujian atau penghargaan. Hal ini menunjukkan bahwa wanita B mematuhi maksim penghargaan, yaitu maksim yang meminimalkan cacian pada orang lain dan memaksimalkan pujian pada orang lain.

d. Maksim Kesederhanaan

Pada maksim ini peserta tutur diwajibkan untuk mengurangi pujian pada diri sendiri dan memaksimalkan cacian pada diri sendiri. Untuk memperjelas penggunaan maksim kesederhanaan terdapat dalam data tuturan (27) sebagai berikut ini.

Data (27)

Wanita B : “Yah kalah pamor dong, eh eh tapi itu tas beli di negara mana?”

Ehm bagus yah.”

Wanita A : **“Oh ini, ini asli produk dalam negeri**, wah anak Indonesia yah harus mencintai karya bangsanya. Banyak kok produk asli Indonesia yang sudah mendunia.”

Sumber Iklan : RRI Pro 1 Samarinda

(2027160321)

Konteks:

Percakapan antara wanita A dan wanita B agar lebih mencintai produk buatan dalam negeri. Iklan tersebut berusaha menghimbau kepada pendengar agar lebih menggunakan dan memanfaatkan produk dalam negeri dibandingkan produk luar negeri. Hal ini demi membantu meningkatkan perekonomian di Indonesia.

Tuturan **Oh ini, ini asli produk dalam negeri** yang dituturkan oleh wanita A merupakan bentuk pematuhan maksim kesederhanaan. Bentuk pematuhan maksim kesederhanaan yang dilakukan oleh wanita A kepada wanita B terlihat pada wanita A yang memberitahukan bahwa tas yang digunakannya merupakan tas buatan dalam negeri. Bentuk pematuhan maksim kesederhanaan tersebut terjadi saat keduanya sedang membahas tas yang digunakan masing-masing dan wanita B yang memuji tas yang digunakan wanita A. Sehingga wanita A menuturkan **Oh ini, ini asli produk dalam negeri** yang berusaha mengurangi pujian pada dirinya dengan mengatakan bahwa tas yang digunakannya merupakan produk lokal yang pastinya harganya dapat dijangkau berbeda dengan produk-produk luar negeri yang harganya jauh lebih mahal. Tuturan wanita A menunjukkan bahwa ia meminimalkan pujian pada dirinya. Hal ini menunjukkan bahwa wanita A mematuhi maksim kesederhanaan, yaitu maksim yang meminimalkan pujian pada diri sendiri dan memaksimalkan cacian pada diri sendiri.

e. Maksim Permufakatan

Pada maksim ini peserta tutur dituntut untuk meminimalkan ketidaksesuaian antara diri sendiri dan orang lain dan memaksimalkan persesuaian antara diri sendiri dengan orang lain. Untuk memperjelas penggunaan maksim permufakatan terdapat dalam data tuturan (35) sebagai berikut ini.

Data (35)

Pria B : “PRB itu program rujuk balik dari BPJS Kesehatan untuk penderita penyakit kronis seperti diabetes mellitus, hipertensi, jantung, asma, penyakit paru obstruktif kronis, epilepsy, strok, schizophrenia atau penyakit lupus. Kamu kan peserta di JKN-KIS doktermu udah menyatakan kondisi mu stabil dan kamu juga dapat surat rujuk balik kan yat kamu bisa tuh daftar sebagai peserta program rujuk balik di rumah sakit nanti perawatannya cukup di FKTP tempat kamu terdaftar tiap bulannya, kamu ambil obat cukup ambil di apotek PRB yang bekerja sama dengan BPJS Kesehatan, kamu juga akan mendapatkan edukasi dan informasi penggunaan obat dari apotekernya.”

Pria A : **“Wah, nanti di rumah sakit saya mau daftar PRB aja.”**

Sumber : RRI Pro 1 Samarinda

(2635210421)

Konteks:

Percakapan antara pria A dan pria B mengenai Program Rujuk Balik dari BPJS Kesehatan. Percakapan pada iklan tersebut berusaha menginformasikan kepada pendengar mengenai program baru dari BPJS Kesehatan.

Tuturan **Wah, nanti di rumah sakit saya mau daftar PRB aja** yang dituturkan oleh pria A merupakan bentuk pematuhan maksim permufakatan. Bentuk pematuhan maksim permufakatan yang dilakukan oleh pria A kepada pria B terlihat pada pria A yang menyetujui pernyataan yang disampaikan pria B. Bentuk pematuhan maksim permufakatan tersebut terjadi saat pria A yang menanyakan mengenai PRB, kemudian pria B menanggapi pertanyaan pria A dengan baik, dengan menjelaskan mengenai PRB secara perinci. Selain memberitahukan tentang PRB pria B juga menjelaskan tentang tempat mendaftar PRB. Kemudian, pria A menuturkan *Wah, nanti di rumah sakit saya mau daftar PRB aja* yang menyetujui pernyataan pria B dan akan melakukan yang disarankan oleh pria B untuk mendaftar PRB (Program Rujuk Balik) dari BPJS Kesehatan setibanya di rumah sakit. Tuturan pria A menunjukkan bahwa ia berusaha memaksimalkan kecocokan dirinya dengan pria B. Hal ini menunjukkan bahwa pria A mematuhi maksim permufakatan, yaitu maksim yang meminimalkan ketidaksesuaian antara diri sendiri dengan orang lain dan memaksimalkan persesuaian antara diri sendiri dengan orang lain.

f. Maksim Kesimpatian

Pada maksim ini peserta tutur dituntut meminimalkan antipati antara diri sendiri dan orang lain dan memaksimalkan simpati antara diri sendiri dengan orang lain. Untuk memperjelas penggunaan maksim permufakatan terdapat dalam data tuturan (32) sebagai berikut ini.

Data (32)

Pria : “Makanya kalau naik motor itu konsentrasi terutama pengguna lampu sein kalo kamu nyalakannya ke kiri yah belok ke kiri dong bukan ke kanan.”

Wanita : “Iya bang.”

Pria : “**Ya udah ya udah obati dulu sana lukamu!**”

Sumber Iklan : RRI Pro 1 Samarinda

(2432060421)

Konteks:

Percakapan antara pria dengan wanita yang sedang ada janji di suatu tempat. Dan sang wanita telat datang dikarenakan baru saja mengalami kecelakaan. Percakapan pada iklan tersebut berusaha menghimbau kepada pendengar terutama pengguna jalan untuk selalu berhati-hati dan mematuhi aturan lalu lintas untuk menghindari terjadinya kecelakaan.

Tuturan **Ya udah ya udah obati dulu sana lukamu!** Yang dituturkan oleh pria pada percakapan di atas merupakan bentuk pematuhan maksim kesimpatian. Bentuk pematuhan maksim kesimpatian yang dilakukan oleh pria kepada wanita terlihat pada pria yang menyuruh wanita tersebut untuk segera mengobati lukanya. Bentuk pematuhan maksim kesimpatian tersebut terjadi saat pria yang sedang menunggu wanita yang telah janji dengannya di suatu tempat. Namun, temannya tersebut tidak kunjung datang. Kemudian, wanita tersebut datang dengan mengatakan bahwa ia baru saja mengalami kecelakaan dan menjelaskan situasi yang

terjadi kepada pria tersebut. Pria tersebut juga menasihati wanita untuk selalu konsentrasi dalam mengendarai sepeda motor terutama dalam penggunaan lampu sein untuk meminimalkan terjadinya kecelakaan. Setelah itu, pria tersebut menyuruh wanita untuk mengobati lukanya terlebih dahulu. Hal ini menunjukkan bahwa pria mematuhi maksim kesantunan, yaitu maksim yang meminimalkan antipati antara diri sendiri dengan orang lain dan memaksimalkan simpati antara diri sendiri dengan orang lain.

Pelanggaran Maksim Kesantunan

a. Maksim Penghargaan

Data (02)

Pria : “Lagi nonton apaan?”

Wanita : “Nonton film Indonesia lah.”

Pria : “**Yaelah, nonton tuh film luar. Gak kekinian banget sih.**”

Sumber Iklan : RRI Pro 2 Samarinda

(0202181220)

Konteks:

Percakapan antara seorang pria dengan wanita mengenai genre film. Percakapan pada iklan tersebut berusaha menghimbau kepada pendengar untuk lebih mencintai perfilman Indonesia. Hal ini sebagai bentuk apresiasi terhadap karya anak bangsa.

Tuturan **Yaelah, nonton tuh film luar. Gak kekinian banget sih** yang dituturkan oleh pria pada percakapan di atas merupakan bentuk pelanggaran maksim penghargaan. Bentuk pelanggaran maksim penghargaan yang dilakukan oleh pria kepada pihak wanita terlihat pada pria mengeluarkan kata-kata yang menyindir/menghina tontonan wanita tersebut. Bentuk pelanggaran maksim penghargaan tersebut terjadi saat pria bertanya kepada wanita sedang menonton apa, dan ditanggapi oleh wanita bahwa ia sedang menonton film Indonesia. Mendengar tanggapan wanita tersebut pihak pria mengeluarkan tuturan **Yaelah, nonton tuh film luar. Gak kekinian banget sih**. Pelanggaran maksim penghargaan pada tuturan (02) ditunjukkan pada tuturan pria yang mengatakan bahwa tontonan wanita tersebut tidak kekinian karena menonton film Indonesia. Hal ini menunjukkan bahwa pria tidak mematuhi maksim penghargaan, yaitu memaksimalkan pujian pada orang lain dan meminimalkan cacian pada orang lain. Melalui penggalan tuturan pada data tersebut, bentuk pelanggaran prinsip kesantunan itu termasuk bentuk ujaran ekspresif dengan maksud mengkritik. Ditunjukkan oleh tuturan pria yang mengkritik tontonan lawan tuturnya dalam hal ini wanita pada percakapan di atas.

b. Maksim Kesederhanaan

Data (28)

Wanita A : “Wah, tas baru nih!”

Wanita B : “**Iya, keren kan jauh-jauh nih beli di luar negeri merek terkenal dan *limited edition* lagi.**”

Sumber Iklan : RRI Pro 2 Samarinda

(2028160321)

Konteks:

Percakapan antara wanita A dan wanita B agar lebih mencintai produk buatan dalam negeri. Iklan tersebut berusaha menghimbau kepada pendengar agar lebih menggunakan dan memanfaatkan produk dalam negeri dibandingkan produk luar negeri. Hal ini demi membantu meningkatkan perekonomian di Indonesia.

Tuturan **Iya, keren kan jauh-jauh nih beli di luar negeri merek terkenal dan limited edition lagi** yang dituturkan oleh wanita B merupakan bentuk pelanggaran maksim kesederhanaan. Bentuk pelanggaran maksim kesederhanaan yang dilakukan oleh wanita B kepada wanita A terlihat pada wanita B mengeluarkan kata-kata yang membanggakan/menyombongkan barang miliknya. Bentuk pelanggaran maksim penghargaan tersebut terjadi dikarenakan saat wanita A menyatakan “Wah, tas baru nih!” kemudian wanita B menanggapi dengan mengatakan **Iya, keren kan jauh-jauh nih beli di luar negeri merek terkenal dan limited edition lagi**. Tuturan wanita tersebut selain bermaksud menanggapi wanita A, wanita B juga terlihat memaksimalkan pujian terhadap dirinya dengan mengatakan bahwa tas miliknya merupakan tas merek luar negeri dan juga edisi terbatas yang berarti harganya yang mahal. Tuturan wanita B menunjukkan bahwa ia tidak mematuhi maksim kesederhanaan dengan meminimalkan pujian pada diri sendiri dan memaksimalkan cacian pada diri sendiri. Melalui penggalan tuturan pada data tersebut, bentuk pelanggaran prinsip kesantunan itu termasuk bentuk ujaran representatif dengan maksud menyatakan. Ditunjukkan oleh tuturan wanita B kepada wanita A yang berusaha menyatakan bahwa tas miliknya mahal dikarenakan produk buatan luar negeri.

c. Maksim Kesimpatian

Data (22)

Mirna : “Ehmm boleh aja. Tapi nanti saya antar pulang Sarah dulu yah baru kita jalan gimana?”

Agus : “**Ah, ngak seru. Biarkan saja dia pulang sendirian. Lagian ngapain juga sih kamu mau bantuin dia.**”

Sumber Iklan : RRI Pro 2 Samarinda

(1722170221)

Konteks:

Percakapan antara Sarah penyandang disabilitas dan temannya Mirna juga Agus di pagi hari di sekolah. Iklan tersebut berusaha menghimbau kepada pendengar untuk saling menghormati dan merangkul terhadap orang-orang yang mengalami keterbelakangan.

Tuturan **Ah, ngak seru. Biarkan saja dia pulang sendirian. Lagian ngapain juga sih kamu mau bantuin dia** yang dituturkan oleh Agus merupakan bentuk pelanggaran maksim kesimpatian. Bentuk pelanggaran maksim kesimpatian yang dilakukan oleh Agus kepada Sarah terlihat pada Agus yang bersikap tidak simpati terhadap Sarah. Bentuk pelanggaran maksim kesimpatian tersebut terjadi dikarenakan saat Agus ingin mengajak Mirna jalan setelah pulang dari sekolah. Mirna menyetujui ajakan Agus, tetapi Mirna berkata akan mengantar Sarah pulang terlebih dahulu namun Agus tidak terima sehingga Agus mengeluarkan tuturan **Ah, ngak seru. Biarkan saja dia pulang sendirian. Lagian ngapain juga sih kamu mau bantuin dia.**

Tuturan Agus menunjukkan bahwa ia tidak mematuhi maksim kesimpatian dengan meminimalkan antipati antara diri sendiri dengan orang lain dan memaksimalkan simpati antara diri sendiri dengan orang lain. Melalui penggalan tuturan pada data tersebut, bentuk pelanggaran prinsip kesantunan itu termasuk bentuk ujaran representatif dengan maksud menolak. Ditunjukkan oleh tuturan Agus yang menolak permintaan Mirna untuk membantu Sarah teman sekolahnya yang mengalami disabilitas.

2. Jenis Tindak Tutur Kesantunan Berbahasa dalam siaran iklan RRI Samarinda

a. Tindak Tutur Representatif

Tindak tutur representatif, yaitu tindak tutur yang berfungsi untuk menetapkan atau menjelaskan suatu apa adanya.

Memberitahukan

Data (29)

Adik : “Hah, iya nih bingung banget mau nonton apalagi yah selama masa karantina gini?”

Kakak : **“Yaelah, masih aja nonton coba deh ikut kursus online, lagi banyak banget tuh yang buka kelas gratis. Cari aja mau belajar bahasa asing, belajar masak, belajar pengembangan diri. Semuanya ada lumayan tau selagi karantina gini kita manfaatin waktu buat produktif plus belajar hal baru.”**

Sumber Iklan : RRI Pro 2 Samarinda

(2129190321)

Konteks:

Percakapan antara kakak beradik mengenai kegiatan yang dilakukan selama masa karantina. Iklan tersebut berusaha menginformasikan kepada pendengar mengenai kegiatan produktif yang dapat dilakukan selama masa karantina. Salah satunya dengan mengikuti kursus online.

Tuturan (29) di atas merupakan bentuk penggunaan maksim kebijaksanaan dengan jenis tindak tutur representatif memberitahukan ditunjukkan pada tuturan pihak kakak yang memberitahukan kepada adiknya untuk mengikuti kursus online agar dapat memanfaatkan waktu selama masa karantina dengan lebih produktif.

b. Tindak Tutur Komisif

Tindak tutur komisif, yaitu tindak tutur yang berfungsi untuk mendorong pembicaraan melakukan sesuatu, seperti berjanji, bernazar, bersumpah, menawarkan, mengutuk.

Menjanjikan

Data (13)

Adik : “Oh gitu, jadi gimana dong ini kak?”

Kakak : **“Taro aja dulu, nanti malam kita buang, oke?”**

Adik : “Oke deh.”

Sumber Iklan : RRI Pro 2 Samarinda

(1013020221)

Konteks:

Percakapan kakak beradik. Adik yang hendak membuang sampah pada siang hari dan kakak yang memberikan informasi mengenai waktu untuk membuang sampah. Percakapan pada iklan tersebut berusaha menginformasikan kepada masyarakat mengenai waktu diperbolehkannya membuang sampah pada TPS yang disediakan. Jika tidak sesuai jam maka akan dikenakan denda.

Tuturan (13) di atas merupakan bentuk penggunaan maksim kedermawanan dengan jenis tindak tutur komisif menjanjikan ditunjukkan pada tuturan sang kakak yang berjanji untuk membuang sampah bersama sang adik saat malam hari.

c. Tindak Tutur Direktif

Tindak tutur direktif, yaitu tindak tutur yang berfungsi untuk mendorong pendengar melakukan sesuatu, misalnya menyuruh, perintah, meminta, memohon, mengajak, bertanya, menyarankan.

Menyuruh

Data (32)

Pria : “Makanya kalau naik motor itu konsentrasi terutama pengguna lampu sein kalo kamu nyalakannya ke kiri yah belok ke kiri dong bukan ke kanan”

Wanita : “Iya bang.”

Pria : “**Ya udah ya udah obati dulu sana lukamu.**”

Sumber Iklan : RRI Pro 2 Samarinda

(2432060421)

Konteks:

Percakapan antara pria dengan wanita yang sedang ada janji di suatu tempat. Dan sang wanita telat datang dikarenakan baru saja mengalami kecelakaan. Percakapan pada iklan tersebut berusaha menghimbau kepada pendengar terutama pengguna jalan untuk selalu berhati-hati dan mematuhi aturan lalu lintas untuk menghindari terjadinya kecelakaan.

Tuturan (32) di atas merupakan bentuk penggunaan maksim kesimpatian dengan jenis tindak tutur direktif menyuruh ditandai dalam tuturan pihak pria “**Ya udah ya udah obati dulu sana lukamu.**” Hal ini menunjukkan sikap penutur pria agar wanita tersebut segera melakukan yang ia perintahkan yaitu mengobati lukanya terlebih dahulu.

d. Tindak Tutur Ekspresif

Tindak tutur ekspresif, yaitu tindak tutur yang berfungsi untuk mengekspresikan perasaan dan sikap.

Memuji

Data (21)

Mirna : “Iya, gapapa Sarah, kan rumah Sarah gak jauh dari sekolah. Jadi masih sempat jemput sarah setiap hari.”

Sarah : “**Mirna baik sekali, entah bagaimana nanti Sarah membalas kebaikan Mirna.**”

Sumber Iklan : RRI Pro 1 Samarinda

(1721170221)

Konteks:

Percakapan antara Sarah penyandang disabilitas dan temannya Mirna juga Agus di pagi hari di sekolah. Iklan tersebut berusaha menghimbau kepada pendengar untuk saling menghormati dan merangkul terhadap orang-orang yang mengalami keterbelakangan.

Tuturan (21) di atas merupakan bentuk penggunaan maksim penghargaan dengan jenis tindak tutur ekspresif memuji ditunjukkan pada tuturan Sarah yang memuji kebaikan Mirna karena mengantar jemput dirinya pergi ke sekolah.

Mengkritik

Data (02)

Pria : “Lagi nonton apaan?”

Wanita : “Nonton film Indonesia lah.”

Pria : “**Yaelah, nonton tuh film luar. Gak kekinian banget sih.**”

Sumber Iklan : RRI Pro 2 Samarinda

(0202181220)

Konteks:

Percakapan antara seorang pria dengan wanita mengenai genre film. Percakapan pada iklan tersebut berusaha menghimbau kepada pendengar untuk lebih mencintai perfilman Indonesia. Hal ini sebagai bentuk apresiasi terhadap karya anak bangsa.

Tuturan (02) di atas merupakan bentuk pelanggaran maksim penghargaan dengan jenis tindak tutur ekspresif mengkritik ditunjukkan pada tuturan pria **Yaelah, nonton tuh film luar. Gak kekinian banget sih!**. Ditunjukkan oleh tuturan Pria yang mengkritik tontonan lawan tuturnya tidak kekinian atau ketinggalan zaman.

e. Tindak Tutur Deklaratif

Tindak tutur deklaratif, yaitu tindak tutur yang berfungsi untuk memantapkan sesuatu yang dinyatakan, antara lain dengan setuju, tidak setuju, benar-benar salah, dan sebagainya. Berdasarkan hasil penelitian tindak tutur deklaratif yang ditemukan dalam tuturan siaran iklan RRI Samarinda, yaitu setuju.

Setuju

Data (37)

Wanita B : “Kita sebagai bangsa Indonesia seharusnya lebih bangga dengan produk kita sendiri. Produk buatan dalam negeri karena dengan begitu kita sudah turut mendukung program gerakan nasional bangga buatan Indonesia.”

Wanita A : “Begitu yah mba, terus tas-tas dan sepatu saya yang dari luar **ehm ya sudahlah mulai saat ini saya akan menggunakan produk dalam negeri.**”

Sumber Iklan : RRI Pro 1 Samarinda

(2837300421)

Konteks:

Percakapan antara wanita A dan wanita B agar lebih mencintai produk buatan dalam negeri dan mendukung program bangga buatan Indonesia. Iklan tersebut berusaha

menghimbau kepada pendengar agar lebih menggunakan dan memanfaatkan produk dalam negeri dibandingkan produk luar negeri. Hal ini demi membantu meningkatkan perekonomian di Indonesia.

Tuturan (37) di atas merupakan bentuk penggunaan maksim permufakatan dengan jenis tindak tutur deklaratif setuju ditunjukkan pada wanita A yang menyetujui saran wanita B untuk menggunakan produk dalam negeri dibandingkan produk luar negeri.

Pembahasan

a. Bentuk Prinsip Kesantunan Berbahasa dalam siaran iklan RRI Samarinda

Pembahasan mengenai bentuk prinsip kesantunan berbahasa dalam siaran iklan RRI Samarinda menunjukkan bahwa ditemukan enam jenis pematuhan maksim kesantunan, yaitu maksim kebijaksanaan, maksim kedermawanan, maksim penghargaan, maksim kesederhanaan, maksim permufakatan, dan maksim kesimpatian. Sedangkan pelanggaran maksim kesantunan yang ditemukan terdiri dari tiga jenis maksim yaitu maksim penghargaan, maksim kesederhanaan, dan maksim kesimpatian. Berdasarkan pembahasan mengenai pematuhan prinsip kesantunan maka dapat disimpulkan bahwa siaran iklan RRI Samarinda dominan dalam pematuhan maksim kebijaksanaan dan maksim permufakatan dalam penyampaian iklan di radio. Pematuhan maksim kesantunan ini bertujuan agar informasi atau maksud yang ingin disampaikan maksimal diterima oleh pendengar. Hal ini dilakukan agar kedua belah pihak tidak saling merugikan dan membina persesuaian.

Berdasarkan hasil penelitian bentuk prinsip kesantunan yang paling banyak ditemui dalam tuturan penyiar dalam siaran iklan RRI Samarinda, yaitu pematuhan maksim kebijaksanaan dan pematuhan maksim permufakatan. Penggunaan maksim kebijaksanaan berarti meminimalkan kerugian orang lain dan memaksimalkan keuntungan orang lain. Selain itu, penggunaan maksim permufakatan juga cenderung ditemukan dalam pematuhan maksim kesantunan berbahasa dalam siaran iklan RRI Samarinda yang berarti meminimalkan ketidaksesuaian antara diri sendiri dengan orang lain dan memaksimalkan kesesuaian antara diri sendiri dengan orang lain. Hal ini dilakukan untuk menjaga perasaan agar tidak dianggap kurang santun. Sedangkan tuturan yang melanggar maksim kesantunan berbahasa cenderung dalam pelanggaran maksim penghargaan, yaitu tuturan yang tidak memaksimalkan pujian pada orang lain dan meminimalkan cacian pada orang lain.

b. Jenis Tindak Tutur Kesantunan Berbahasa dalam siaran iklan RRI Samarinda

Pembahasan mengenai jenis tindak tutur dalam siaran iklan RRI Samarinda. Jenis tindak tutur yang ditemukan dalam siaran iklan RRI Samarinda meliputi tindak tutur representatif, komisif, direktif, ekspresif, dan deklaratif. Jenis tindak tutur yang paling banyak ditemukan, yaitu tindak tutur representatif. Hal ini dikarenakan penggunaan maksim yang paling sering muncul, yaitu maksim kebijaksanaan dan maksim permufakatan. Jenis tindak tutur kesantunan pada siaran iklan RRI Samarinda, yaitu (1) Tindak tutur representatif tindak *memberitahukan*, *menjelaskan*, *menyatakan* dan *menolak*. (2) Tindak tutur komisif tindak *menjanjikan* dan *menawarkan*. (3) Tindak tutur direktif, yaitu *menyuruh* dan *mengajak*. (4) Tindak tutur ekspresif, yaitu *berterima kasih*, *memuji*, *mengkritik* dan *menghina*. dan (5) Tindak tutur deklaratif, yaitu *setuju*.

Dari data di atas dapat disimpulkan bahwa pada siaran iklan RRI Samarinda data yang sering muncul merupakan pematuhan maksim kebijaksanaan ditandai dengan jenis tindak tutur representatif dengan maksud memberitahukan. Hal ini berarti dalam siaran iklan RRI Samarinda bertujuan memberitahukan kepada pendengar radio agar mengetahui lebih banyak informasi yang terjadi pada saat ini. Selain itu, pada pemaparan di atas juga banyak dijumpai data pematuhan maksim permufakatan ditandai dengan jenis tindak tutur deklaratif dengan maksud setuju. Hal ini berarti dalam siaran iklan RRI Samarinda selain memberitahukan informasi kepada pendengar siaran iklan di Samarinda juga bermaksud setuju atau menyetujui artinya dalam hal yang baik apa yang telah disampaikan atau diberitahukan, diterima dengan baik oleh lawan tutur dengan maksud setuju.

E. PENUTUP

Berdasarkan hasil penelitian bentuk prinsip kesantunan berbahasa dan jenis tindak tutur kesantunan berbahasa dalam siaran iklan RRI Samarinda, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut.

Pertama, bentuk prinsip kesantunan berbahasa pada tuturan penyiar dalam siaran iklan RRI Samarinda ditemukan lebih banyak siaran iklan RRI Samarinda yang mematuhi prinsip kesantunan berbahasa dibandingkan melanggar prinsip kesantunan berbahasa berdasarkan teori Leech (1983). Dengan kata lain, maka siaran iklan RRI Samarinda mematuhi prinsip kesantunan berbahasa. Ditemukan enam bentuk pematuhan prinsip kesantunan berbahasa, yakni maksim kebijaksanaan, maksim maksim kedermawanan, maksim penghargaan, maksim kesederhanaan, maksim permufakatan, dan maksim kesimpatian. Dari keseluruhan analisis bentuk prinsip kesantunan berbahasa, yang paling dominan terdapat dalam siaran iklan RRI Samarinda adalah penggunaan maksim kebijaksanaan dan maksim permufakatan. Bentuk prinsip kesantunan ini bertujuan agar informasi atau maksud yang ingin disampaikan maksimal diterima oleh pendengar. Hal ini dilakukan agar kedua belah pihak tidak saling merugikan dan membina persesuaian dan juga untuk menjaga perasaan agar tidak dianggap kurang santun.

Kedua, jenis tindak tutur kesantunan berbahasa yang ditemukan dalam tuturan penyiar dalam siaran iklan RRI Samarinda terdiri atas tindak tutur ilokusi representatif, komisif, direktif, ekspresif dan deklaratif. Sejalan dengan bentuk prinsip kesantunan berbahasa, yakni pematuhan maksim kebijaksanaan dan maksim permufakatan yang paling dominan ditemukan dalam siaran iklan RRI Samarinda. Maka jenis tindak tutur yang paling banyak ditemukan, yaitu tindak tutur representatif dengan maksud memberitahukan. Hal ini sejalan dengan tujuan iklan, yaitu untuk memberitahukan informasi yang sedang terjadi saat ini.

Adapun saran penelitian ini berusaha menyajikan kesantunan berbahasa dan tindak tutur dalam siaran iklan RRI Samarinda. Dengan adanya penelitian ini maka disarankan penerapan penggunaan kesantunan berbahasa baik dalam situasi formal maupun informal dapat diterapkan dengan baik. Hal ini guna mengurangi kesalahpahaman serta meminimalkan konflik antardiri sendiri dan juga orang lain. Selain itu, diharapkan penelitian ini dapat meningkatkan pengetahuan dan pemahaman mengenai bidang linguistik, khususnya pragmatik dalam hal kesantunan berbahasa. Bagi peneliti selanjutnya, diharapkan adanya penelitian yang lebih mendalam dan bervariasi mengenai kesantunan berbahasa dalam siaran iklan di radio. Selain

itu, harapannya bagi RRI sebagai media penyiaran publik agar tetap menerapkan penggunaan kesantunan berbahasa dalam penyampaian informasi berupa berita, hiburan maupun penyampaian iklan.

DAFTAR PUSTAKA

- Fachruddin, Andi. 2019. *Journalism Today*. Jakarta: KENCANA.
- Hamzah, Amir. 2020. *Metode Penelitian Kepustakaan (Library Research): Kajian Filosofis, Aplikasi, Proses, dan Hasil Penelitian*. Malang: Literasi Nusantara.
- Haryanta, Agung Tri. 2012. *Kamus Sastra Indonesia dan Kebangsaan*. Surakarta: PT. Aksara Sinergi Media.
- Hidayati, Try Setia. 2015. "Analisis Penggunaan Kesantunan Berbahasa Iklan Radio Purbalingga (Kajian Pragmatik)". Skripsi Program Studi Bahasa dan Sastra Indonesia Fakultas Bahasa dan Seni Universitas Negeri Yogyakarta. Tidak Diterbitkan.
- Hijjannati, Nuzul. 2019. "Kesantunan Berbahasa dalam Berpantun pada Upacara Adat Merisik Masyarakat Melayu Tamiang Kecamatan Seruway : Kajian Pragmatik". Skripsi Program Studi Sastra Melayu Fakultas Ilmu Budaya Universitas Sumatera Utara. Tidak Diterbitkan.
- Kriyantono, Rachmat. 2013. *Manajemen Periklanan Teori dan Praktek*. Malang: UB Press.
- Lee, Monle & Carla Johnson. 2011. *Prinsip-prinsip Periklanan dalam Perspektif Global*. Jakarta: Kencana.
- Leech, Geoffrey. 1993. *Prinsip-Prinsip Pragmatik*. Terjemahan M.D.D. Oka. Jakarta: Universitas Indonesia (UI-Press).
- Mahsun. 2012. *Metode Penelitian Bahasa*. Depok: PT Rajagrafindo Persada.
- Masduki & Darmanto. 2015. *#Save RRI-TVRI Inisiatif Masyarakat Sipil untuk Transformasi Lembaga Penyiaran Publik di Indonesia*. Jakarta: Rumah Perubahan Lembaga Penyiaran Publik (RPLPP).
- Mirawati. 2018. "Analisis Novel *Surat Kecil untuk Tuhan* Karya Agnes Davanar Ditinjau dari Sosiologi Sastra". Skripsi Program Studi Sastra Indonesia Fakultas Ilmu Budaya Universitas Mulawarman. Tidak Diterbitkan.
- Portal Berita Radio. Diakses pada 8 Juni 2021 Pukul 19.04 dari <https://m.rri.co.id/profil>.
- Pujiyanto. 2013. *Iklan Layanan Masyarakat*. Yogyakarta: CV. Andi Offset.

- Putrayasa, Ida Bagus. 2014. *Pragmatik*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Rahardi, Kunjana. 2005. *Pragmatik: Kesantunan Imperatif Bahasa Indonesia*. Jakarta: Erlangga.
- Romli, Asep Syamsul M. 2017. *Manajemen Program dan Teknik Produksi Siaran Radio*. Bandung: Nuansa Cendekia.
- Sandiansyah, Sandri. 2017. "Wacana Iklan dalam Media Massa Sunda". *Lokabasa*, Vol. 8, No. 2, Oktober, hlm 219.
- Simatupang, Irawati. 2019. "Kesantunan Berbahasa Mandailing di Pusat Pasar Wek II Batang Toru Kecamatan Batang Toru Kabupaten Tapsel: Kajian Pragmatik". Skripsi Departemen Sastra Indonesia Fakultas Ilmu Budaya Universitas Sumatera Utara. Tidak Diterbitkan.
- Siyoto, Sandu & M. Ali Sodik. 2015. *Dasar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Literasi Media Publishing.
- Sudaryanto. 2015. *Metode dan Aneka Teknik Analisis Bahasa: Pengantar Penelitian Wahana Kebudayaan Secara Linguistis*. Yogyakarta: Sanata Dharma University Press.
- Surastina. 2011. *Pengantar Semantik & Pragmatik*. Yogyakarta: New Elmatara.
- Triartanto, A. Ius Yudo. 2010. *Broadcasting Radio Panduan Teori dan Praktek*. Yogyakarta: Pustaka Book Publisher.
- Wijana, I Dewa Putu. 1996. *Dasar-dasar Pragmatik*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Yusri. 2016. *Ilmu Pragmatik dalam Perspektif Kesopanan Berbahasa*. Yogyakarta: CV Budi Utama.
- Zed, Mestika. 2004. *Metode Penelitian Kepustakaan*. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia.